m²

SUPLEMENTO DE ESTILO Y
DECORACION DE PAGINA/12.
SABADO 16 DE DICIEMBRE DE 2006.
AÑO 8. Nº 408



el Casa Brasileira y las
lecciones del diseño aplicado a la
vida real de las personas reales

premio







La semana pasada se e
Premio Design Museo da
de continuidad y coherer
amigable, democrático, i
su proceso productivo y
todas las clases socia
de ver algo de lo me

El Osca

POR LUJAN CAMBARIERE

En diseño, Brasil es un ejemplo cercano a imitar en muchísimos aspectos. Básicamente porque nos lleva la delantera en varias cuestiones (medio ambiente, diseño y artesanato, procesos productivos). Pero fundamentalmente por la visión y el empuje en pos de la disciplina que han tenido actores cruciales (empresa, industria, Estado) por un diseño cada vez más democrático. Una cuestión que se comprueba con sólo visitar un supermercado y ver en las góndolas, sin bombos ni platillos, diseños renombrados y premiados (algunos de ellos ya arribados a nuestro país como la línea de bazar Coza, de plástico).

En este contexto, el Premio Design Museo da Casa Brasileira, organizado desde hace veinte años por una institución prestigiosa que depende del Estado pero reúne, desde su dirección a su consejo, a lo más granado y serio del design brasileño, posibilita hacer una radiografía del país vecino. Sobre todo, porque apunta a premiar productos que están en el mercado, con lo que estimula a la industria y allana el camino de los diseñadores.

Premiados '06

En esta edición, la veinteava, con un total de 578 inscriptos llegados de 16 estados y 74 ciudades, el premio contempló once diseñadores y menciones en seis categorías. En Mobiliario el primer lugar fue para el sillón Diz de Sergio Rodrígues *(foto sobre el título)*, uno de los más importantes designers brasileros, famoso desde los años sesenta cuando su sillón Mole fue premiado en Italia y se convirtió en parte de la colección del MoMA de Nueva York. El jurado apuntó como mayores cualidades su estructura de madera bien resuelta y trabajada con maestría y también la humildad de un maestro para seguir aportando presentándose al concurso. El segundo lugar fue para Ricardo Rangel, con su mesa Neco que llamó la atención por el uso simple e inteligente del reynobond, materia prima normalmente usada en fachadas de edificios.

La categoría Utensilios deparó un montón de ideas ingeniosas. El primer premio correspondió a la hielera Ritz de Rubens Simoes y Cléber Luis da Ré, de formas suaves y orgánicas, mientras que el segundo fue para una preciosa colección de cuchillos de Fernando Mendes de Almeida y Roberto Hirth, construidos con desechos de madera de demolición y láminas de acero inoxidable de alta calidad para múltiples funciones –cortar pescado, ostras o crustáceos, frutas y semillas–. Una mención especial recibió la jarra Due de plástico reciclable, de Walter Bahcivanji, producida por Coza que ya se vende en la Argentina (Falabella y Supermercados Coto).

En Electrodomésticos, se llevó todos los aplausos el lavarropas Superpop de Gustavo Chelles, Romy Hayashi y Bruno Castanha, que conquistó el primer lugar por su drástica reducción de costo y práctico y fácil montaje, que se vende desmontado, reduciendo el embalaje, todo coherente con el objetivo de atender la demanda del público de bajos ingresos sin perder calidad y servicios. El segundo lugar fue para el nebulizador portátil de uso personal Ultra-Alivio de Questto Design para el tratamiento del asma y otras enfermedades respiratorias, que privilegia el confort en el uso en dimensiones reducidas y atiende a un segmento tan necesario como el de la salud. Menciones honrosas para el celular Blob de Nó Design que sirve para hacer acompañamiento o supervisión personal por su alcance ilimitado y el quick way Mini PoS, de Cláudio Luiz Grigio, entre otros.

Hubo un solo premio en la categoría Equipamiento para la Construcción para el asiento sanitario Slow Close, de Edison Luiz Anholon, desarrollado para proporcionar mayor confort a través de un dispositivo silencioso. Como Nuevas Ideas ganó el carro a vela Ventura, de Sergio Velloso, un vehículo híbrido que suma la función de triciclo para ser usado en tierra y de bote en el agua. Y también fue premiado el Motolog, de Rafael Moreno y Rodrigo do Vale Ciossani, que conquistaron el segundo lugar con su motocicleta para entregas express, sobre todo por su baúl-recipiente móvil, que le confiere mayor versatilidad, convirtiéndose en un vehículo de paseo o de trabajo según la circunstancia, además de la disminución del tiempo de carga y descarga.

Borges, la gran referente

No es casual que el museo tenga desde el 2003 como directora a Adélia Borges, periodista, conferencista, curadora y autora de varios libros (*Designer Nao é Personal Trainer, Maurício Azeredo: A Construçao da Identidade Brasileira no Mobiliário*, y *Cadeiras Brasileiras*, entre muchos otros). Sin duda una de las personas que más sabe de diseño brasileño, pionera en promover esta visión de un diseño para todos, que acercó a **m²** su aguda mirada desde San Pablo:

–¿Se puede saber por dónde anda el diseño brasileño a través del concurso? ¿Es un buen termómetro de fortalezas y debilidades?

–A lo largo de los veinte años de historia, el *Premio Design MCB* se afirmó como un gran termómetro, y al mismo tiempo como un gran motivador del diseño brasileño. Sirve básicamente para apuntar a la excelencia dentro de nuestro diseño. No tanto a la vanguardia o experimentación en el lenguaje, sino a lo concreto, a productos que ya pasaron por el test de llegar al mercado, aquellos que se destacan por su buen proyecto. La comparación hecha por un periodista del periódico *Folha de Sao Paulo* a diez años es que el premio es el "Oscar del diseño brasileño". Y es bien cierto, porque todos lo esperan y es de los más importantes. Así a lo largo de los años nuestras fortalezas y debilidades fueron cambiando. En el inicio, por ejemplo, teníamos una participación muy alta de diseñadores que presentaban computadoras, porque Brasil tenía el mercado cerrado a la importación de productos de informática. Cuando las fronteras fueron abiertas, ese sector sufrió un gran bajón. Hoy pienso que el sector de textiles y revestimientos es el que sufre más problemas debido de nuevo a la importación de productos del exterior que llegan a precios muy bajos. En compensación, el sector de equipamientos electrónicos atraviesa un resurgimiento. Sobre todo porque algunos productos como los de la línea blanca –heladeras, hornos– necesitan atender a demandas regionales. O sea, no da para importar los modelos enormes de heladeras norteamericanas, por ejemplo, que no son bien aceptadas por los brasileños. La mayor fortaleza lograda por el premio hoy es que el design ya está apostando a productos para las clases C y D. No se restringe a aquellos productos destinados a una elite, como era en un comienzo. Esa es una gran conquista en el sentido de democratizar el acceso al diseño.

–¿Qué cuestiones priorizan a la hora de evaluar?

–Los criterios que sugerimos a los jurados son innovación (cuál es su grado de innovación de solución de design, originalidad, creatividad, si propone un modo no usual de cumplir la función para la que está destinado); beneficios para el usuario–aspectos funcionales (facilidades de uso, mantenimiento, transporte, almacenamiento, buena relación costo-beneficio, seguridad del producto, concepción a prueba de errores o distracción en uso, funcionalidad, acceso universal, diseño amigable); aspectos estéticos (capacidad de comunicación, identidad, componentes sim-







La silla Diz, la mesa Neco, los cuchillos de materiales de demolición, el nebulizador Ultra-Alivio, la moto de reparto motolog, el lavarropas Superpop *(abajo)*, que llega plegado en una caja chica para ahorrar costos de flete, y el carro-bote Ventura, que sirve para hacer vela sobre la arena y en el agua, plegando y desplegando sus ruedas.

entregó en San Pablo el Casa Brasileira. Ejemplo ncia en pos de un diseño nclusivo, competente en sobre todo accesible a ales. Una oportunidad ejor del país vecino.

ar del diseño brasileño

bólicos, emoción, contextualización cultural, armonía con el ambiente, adecuación del producto a las condiciones culturales de los usuarios, forma indicadora de uso adecuada); aspectos productivos/responsabilidad ecológica (uso apropiado de materiales y recursos, procesos de producción eficientes, durabilidad, economía de energía, uso racional de la tecnología disponible, facilidad de re-uso y reciclado) y aspectos de mercado (solución de una demanda de mercado, beneficios para el productor, como aumento de ventas o penetración en el mercado, reducción de tiempo de manufactura y comercialización). Aunque cada jurado tiene soberanía para privilegiar los puntos que juzgue más pertinentes.

–A lo largo de estos años, ¿qué productos le gustaron o llamaron la atención?

–En el primer año, en 1986, me gustó mucho la silla *Paulistano* de Paulo Mendes da Rocha, arquitecto que este año fue premiado con el Premio Pritzker de arquitectura. Su silla saca partido de un material con la tecnología disponible en aquel momento, logrando hacer un producto con la inteligencia de la simplicidad que sorprende. De allá para acá, fueron tantos... Puedo citar el ventilador *Aliseu* de NCS Design, que rompió totalmente con el lenguaje de los ventiladores de techo de entonces, hecho íntegramente de plástico; los tejidos de *Arte Nativa Aplicada* basados en una extensa investigación de la identidad brasileña; las sorpresas visuales de la dupla Gerson de Oliveira y Luciana Martins, como la silla *Cadê*, con un design en la frontera con las artes plásticas; los vidrios sinuosos y sensuales de Jacqueline Terpins; la reinvención de dos objetos de antaño por Carlos Alcantarino; los lavarropas populares de Chelles & Hayashi; las luminarias de la dupla Giorgio Giorgi Jr./ Fabio Falanghe, y, más recientemente, de Fernando Prado. No habría espacio para citar a todos en este desfile que viene a nuestra mente cuando pensamos en el premio.

–¿Se puede analizar un "espíritu de los tiempos" o tendencias a través de ellos?

–No me gusta mucho la palabra "tendencia", que juzgo más adecuada para la moda, con su ritmo más fugaz de dos lanzamientos anuales. Mas año a año el premio expresa el espíritu de aquel tiempo y lugar. Y eso es bien interesante y rico para documentar.

–¿Y cuál sería el de esta edición?

–Voy a tomar las palabras del presidente del jurado, el diseñador y crítico Claudio Ferlauto: "La muestra de 2006 destaca la diversidad de productos y revela otro aspecto de interés público: muchos productos en exposición pueden encontrarse en los negocios, en avisos o anuncios, como es el caso del celular *Blob* o del lavarropas *Superpop*. ¿Será que este conjunto habla con el consumidor?, ¿que estamos actualizados en diseño y que éste no es más aquella cosa complicada y distinta del usuario? ¿Que sabemos que un clip, un post it, una remera básica (T shirt) son diseños tan complejos e útiles como las terminales de computadoras o automóviles... Sólo que su complejidad está en su producción, y en los otros en su concepción, o sea, en la capacidad de "resumir" nuestras necesidades a lo mínimo. Las máximas modernistas tales como "la forma sigue a la función" ya fueron revisadas, pues las funciones son de otro nivel en el siglo XXI. Más curiosamente, es otro slogan de los modernos –"menos es más"– el que parece cada vez más vivo que nunca en nuestra sociedad, que precisa economizar sus recursos naturales.

–¿Cuál es el estado del diseño brasileño en este momento?

–Estamos viviendo un momento muy rico, de florecimiento del design en todos los segmentos de producción y en las más variadas regiones del país. Definitivamente no está más restringido, como hace una década, a San Pablo o Río de Janeiro. Hoy Rio Grande do Sul despunta como el estado de mayor expresión del diseño industrial hecho en altas series. Mientras que en el centro-oeste y nordeste tenemos la belleza de la unión del diseño con el artesanato. Y también un gran interés por el design brasileño en los centros más desarrollados. Vendemos como nunca a boutiques de Nueva York –inclusive piezas de los años '50– y a Milán y de allí al mundo entero, sin duda los Hermanos Campana son estrellas de primera categoría. Ese reconocimiento es muy gratificante, especialmente para un pueblo con complejo de inferioridad como el nuestro, que siempre precisó de ese aval de afuera para pasar a dar valor a lo propio.

–¿Dónde están las oportunidades para Brasil en diseño?

–La principal oportunidad, a mi modo de ver, está en la unión entre el diseño y el artesanato, que propicia productos muy sintonizados con nuestro tiempo y nuestro lugar. Esa actividad está aumentando la autoestima de grandes poblaciones y está generando ingresos para personas que estaban por debajo de la línea de pobreza.

–¿Un deseo a futuro?

–Que cada vez más gente hable de diseño no sólo desde el punto de vista del mercado, sino más de su dimensión social. Que el diseñador no disocie el ejercicio de ciudadanía del ejercicio de su profesión. Que el design contribuya cada vez más para la mejora de la cotidianidad de las personas. Y que nosotros, países latinoamericanos, nos conozcamos mejor y podamos intercambiar más.

* *Museo da Casa Brasileira: La muestra permanecerá abierta hasta el 21 de enero;* www.mcb.sp.gov.br

CAL Y ARENA

Cabeza en Easy

El homecenter Easy está distribuyendo una edición especial de los asientos Alfil, creados por Diana Cabeza. Es una venta exclusiva en la sucursal Palermo y a un precio que realmente busca acercar el diseño al público masivo.

Tipográfica

Ya está en circulación la edición de verano de *tipoGráfica - Revista de diseño*, con un artículo de Ruedi Baur sobre la importancia de la señalética en el entorno cotidiano; uno sobre escritura de Camerún; otro de Lewis Blackwell, director creativo de Getty Imágenes, sobre la industria fotográfica, y una entrevista de Andrés Fontana al tipógrafo Adrián Frutiger, entre otros.

Cárceles

El Ministerio de Justicia y el Colegio de Arquitectos de la provincia de Buenos Aires firmaron un convenio para llamar a concurso nacional para diseñar nada menos que una prisión en la ciudad de Mercedes. Dentro del Plan Nacional de Arquitectura Penitenciaria, el convenio busca "enriquecer la calidad arquitectónica penitenciaria", área bastante poco común. El Plan ya inauguró 1000 "plazas" este año y busca crear 3500 más. Según se anunció, en un plazo de cuatro meses se publicarán las bases para los anteproyectos para el Complejo Federal Penitenciario de Condenados en un terreno de 213 hectáreas en Agote, Mercedes, con 1500 plazas en cinco edificios de 70.000 metros cuadrados en total.

Posgrado

Está abierta la inscripción para la carrera de Restauración de Edificaciones Históricas en la UCA. La especialización parte de la necesidad de formar en historia de la arquitectura, valores artísticos y estéticos, patologías de la construcción, tecnologías y prácticas de intervención, con un eminente énfasis en la formación profesional concreta para actuar en este campo profesional que está en franca expansión. El formato es de quince seminarios y un taller en tres cuatrimestres a partir de marzo de 2007 y 150 horas de laboratorio en el cuarto cuatrimestre. Dirige el master en restauración Marcelo Magadán. Informes e inscripción en Alicia Moreau de Justo 1500, 4338-0756/7/8, *posinge@uca.edu.ar*.

Para comunicarse con metro cuadrado:
metro2@pagina12.com.ar







Creatividad para un mundo mejor

Una muestra en Nueva York reúne trabajos publicitarios por un mundo mejor: ecología, no violencia, entendimiento y otros temas en la agenda social.

POR MATIAS DELFINO *

La muestra *Act Responsible - Advertising Community Together* ("Actuar responsablemente - Uniendo la Comunidad Publicitaria") reúne unas 400 campañas publicitarias creadas por distintas agencias alrededor del mundo con el fin de promover el medio ambiente y la responsabilidad social.

Más allá de nuestra nacionalidad, idioma, cultura o religión, como habitantes de este planeta tenemos un objetivo en común: dejar a nuestros hijos un mundo mejor. Esto que alguna vez significó algo lógico y natural, hoy se convierte en un desafío difícil de lograr. Inmersos en una realidad en la cual el cambio climático, la pobreza y la degradación de los recursos naturales parecen amenazar seriamente nuestra subsistencia, la exhibición ACT intenta demostrar cómo los profesionales de la comunicación y la publicidad juegan un rol significativo como estimuladores de cambio.

"La publicidad es una herramienta poderosa, puede actuar como generadora de conciencia, influir actitudes e incluso, en ocasiones, generar cambios de comportamiento", afirma Hervé de Clerk, fundador de ACT. Siendo esta última la razón de ser de todo publicitario, nada mejor que poder aplicar tal virtud en ayudar a solucionar estos problemas cruciales que amenazan a la humanidad.

La iniciativa, desarrollada en conjunto con el Pnuma (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), exhibe trabajos que abarcan desde campañas de TV y gráfica hasta proyectos interactivos y postcards. En su sitio web, *www.act-responsible.org*, se puede encontrar una base única de 50.000 campañas provenientes de más de 90 países.

ACT nace en 2001 como producto del ataque terrorista a las Torres Gemelas de Nueva York con el objeto de combatir la violencia y el terrorismo. Sin embargo, en sus cinco años de vida, la exposición ha evolucionado desde su idea original para integrar una mayor amplitud de temas. Bajo el concepto de responsabilidad social, ACT agrupa áreas tan variadas como la biodiversidad, la utilización de energía renovable, derechos sociales y laborales, seguridad alimentaria, administración de derechos tóxicos y desarrollo sostenible, entre muchos otros. Sólo este año, la exhibición ha visitado 10 países, incluyendo Francia, donde formó parte del Festival de Cannes.



Actuar hoy para mañana

"Ocupándonos de nuestro futuro" es el lema que acompaña a la muestra, que busca apelar al compromiso social como fuerza conductora de este nuevo diálogo establecido en base a valores compartidos entre las empresas y los consumidores. Cada vez más, el mercado demanda productos que cumplan con nuevos estándares, generando en el sector empresarial una mayor conciencia a la hora de tomar decisiones respecto del impacto sobre las comunidades y el medio ambiente en el que operan.

Pero la muestra no sólo reúne a empresas, sino también a gobiernos, organizaciones sin fines de lucro, organismos internacionales y cualquier otra institución que tenga un vínculo directo con la sociedad. Iniciativas como ésta ilustran cómo la creatividad puede contribuir a fortalecer estas relaciones y permitir, al menos, vislumbrar este mundo mejor que últimamente nos resulta tan difícil imaginar.

** Diseñador gráfico, trabaja en el Departamento de Diseño de las Naciones Unidas en Nueva York* - delfinomatias@hotmail.com

Todo a concurso

POR MATIAS GIGLI

Con la aprobación en la Legislatura porteña de la Ley de Transparencia que trata de la contratación de la obra pública de servicios profesionales de arquitectura, urbanismo, paisajismo e ingeniería civil, se abre un nuevo ciclo en la forma de materializar las obras en nuestra ciudad. Si bien el sistema de concursos es un método utilizado y ampliamente valorado, hasta esta ley sólo dependía de la buena voluntad política de cada sector del gobierno porteño si un proyecto se convocaba a concurso abierto o se materializaba de otra manera. Esto llevó por muchos años al nombramiento de profesionales contratados a discreción de cada repartición para proyectar trabajos que claramente podrían haberse resuelto por concurso.

Con esta ley los legisladores Juan Manuel Velasco, Fernando Melillo y Fernando Cantero, junto con el agregado de la legisladora María Soledad Acuña, establecen un nuevo marco general para implementar la transparencia en la contratación pública de servicios profesionales. La historia reciente en la materia es amplia y variada, con cantidad de casos en que la incertidumbre de los profesionales es claramente fundada. Ejemplos sobran: la forma arbitraria en que muchas veces han sido tratados los profesionales en su condición de autores de trabajos legítimamente ganados, cuyos proyectos terminan en el cajón o son desarrolladas por personal contratado ad hoc o por un staff sobredimensionado de personal de planta permanente. Esto, por supuesto, llevó por años a la superposición de tareas o a la difícil determinación de qué área del gobierno debía desarrollar cada obra. Como corolario, cada secretaría cuenta hoy con un importante estudio de arquitectura que se pisa y compite tanto con el sector privado como entre ellos.

La temática de los concursos en la ciudad sigue siendo objeto de numerosos debates por parte de los profesionales y muchos de los proyectos que se concursaron no tuvieron concreción real, como la Plaza de la República con el Obelisco incluido, el megaemprendimiento de Retiro o el de Nuevo Colegiales, que viene siendo intervenido al mejor "estilo Frankenstein" por cuanta secretaría se considere apta para tallar.

Ahora, la contratación se llevará a cabo bajo la forma de contratos de locación de obra intelectual y los profesionales serán seleccionados exclusivamente a través de concursos abiertos en los que la autoridad contratante podrá ser el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial de la Ciudad en todos sus niveles. También podrán llamar a concurso las empresas y sociedades en las que la ciudad tenga participación accionaria, y todos los entes descentralizados del gobierno porteño. Según el objeto de la selección, los concursos se dividirán en: concursos para la selección de propuestas de arquitectura, planeamiento urbano o regional e ingeniería; concurso de croquis preliminares o concurso de anteproyectos. En otra categoría se realizarán llamados para la selección a un mismo tiempo de propuestas de arquitectura e ingeniería, y contratistas de construcción por medio de concursos de proyecto y precio, y concursos de proyecto con precio fijo.

Además, existirán concursos para la selección de profesionales o equipos de profesionales a través de concursos por requisitos y sorteo; concurso de antecedentes y oposición, y por último concurso de antecedentes y metodología. Esperemos que a todo esto se maximicen las instancias previas como las audiencias públicas con la gente del barrio y todo tipo de instancia participativa para la gente.